

## **MEMORIA DESCRIPTIVA: CONTRATO MENOR PARA EL SERVICIO DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE SOPORTES DE PUBLICIDAD PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ON LINE DE LA CIUDAD DE ZARAGOZA**

### **1. OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto del presente procedimiento es la contratación de la prestación del servicio de planificación, mediación, contratación de espacios, inserción y posterior seguimiento de una campaña de publicidad on-line para promocionar la ciudad de Zaragoza y su oferta cultural y turística, con la figura de Goya como vínculo.

### **2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y CONTENIDO DEL SERVICIO**

#### **2.1. Objetivos de la campaña**

- Posicionar la ciudad de Zaragoza como destino cultural para escapadas de fin de semana y/o puentes festivos en País Vasco y Comunidad Valenciana.
- Obtener el mayor número de impactos en los públicos objetivos, garantizando la racionalización de la inversión publicitaria.

#### **2.2. Públicos objetivos**

A modo de referencia para la definición de los públicos objetivos, el licitador deberá tener en cuenta:

- Públicos interesados en destinos urbanos con buena oferta cultural y gastronómica para escapadas de fin de semana o puentes.
- Interesados en "experiencias" y disfrutar de la ciudad como un "local".
- Internauta habitual, utiliza la red para recabar información sobre el destino y planificar su viaje.

#### **2.3. Ámbito geográfico y periodo de ejecución de la campaña**

La campaña publicitaria irá dirigida a los mercados País Vasco y Comunidad Valenciana y deberá desarrollarse durante el mes de diciembre.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es  
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



## 2.4. Descripción de trabajos a realizar por el adjudicatario

- **Plan de medios**

El servicio incluirá la planificación de medios on-line que permita obtener de la forma más eficiente los objetivos fijados en el apartado 2.1.

El adjudicatario se encargará de la mediación con los soportes, negociando con ellos los costes de inserción de la publicidad y seleccionando los espacios y/o formatos más idóneos. Así mismo, previa aprobación del plan por Zaragoza Turismo, llevará a cabo todos los trámites para la contratación e inserción de la publicidad.

La empresa adjudicataria deberá disponer de las fuentes de planificación, investigación de audiencias y de difusión, tarifas y herramientas de optimización que garanticen una planificación y seguimiento eficaz de la campaña y permitan la adecuación de las inserciones durante su desarrollo para lograr los objetivos del contrato de la forma más eficiente.

La planificación de medios deberá incluir aquellos soportes digitales que permitan mayor grado de afinidad con el público objetivo y que generen mayor cobertura y contactos.

Además el servicio incluye la realización de las adaptaciones de la creatividad que sean necesarias para adecuarlas a los formatos de los medios digitales y /o soportes que se contemplen en el plan de medios. Las adaptaciones requerirán la aprobación previa de Zaragoza Turismo antes de ser publicadas o emitidas en los medios.

Zaragoza Turismo facilitará al adjudicatario para su utilización durante la campaña:

- . dos desarrollos creativos (Zaragoza patrimonio cultural + Zaragoza cultura urbana) en formato editable (ver Anexo I). Irán acompañados de dos banners en formato gif a modo de ejemplo para realizar las adaptaciones necesarias

- . tres audiovisuales (una pieza de 1'30" y dos piezas de 20")

Las piezas digitales y audiovisuales le serán entregadas al adjudicatario por Zaragoza Turismo en formato digital.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por Zaragoza Turismo cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el buen fin de la campaña de promoción.

- **Evaluación y seguimiento**

El adjudicatario realizará el seguimiento de la campaña e informará del cumplimiento del plan, tanto en lo que se refiere a la aparición en medios como de las audiencias previstas y otros indicadores de resultados. Durante la campaña podrá sugerir los cambios necesarios en la planificación para mejorar su efectividad y garantizar el cumplimiento de los objetivos.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es  
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



Terminada la campaña, elaborará un informe final en el que se reflejen los datos de alcance y eficacia y se evalúe el cumplimiento de los objetivos. En él la empresa adjudicataria justificará las inserciones realizadas

### 3. PRESUPUESTO

El presupuesto máximo será menor de DIOCIOCHO MIL EUROS (18.000€) IVA excluido, al que adicionando el 21% de IVA (3.779,99 €) supone un presupuesto total de VEINTIUN MIL SETECIENTOS SETENTA Y NUEVE EUROS CON NOVENTA Y NUEVE CENTIMOS (21.779,99 € IVA incluido).

Los licitadores podrán modificar el presupuesto de licitación mejorándolo a la baja.

El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación del mismo, debiendo indicar como partida independiente el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) vigente.

En el precio del contrato se considerarán incluidos los impuestos, tasas y cánones de cualquier índole que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contractuales.

El presupuesto deberá presentarse convenientemente desglosado, indicando los costes asignados a las diferentes propuestas. Deberá ir además debidamente firmado y sellado.

### 4. DOCUMENTACION A PRESENTAR

#### 4.1 Documentación general:

Podrán presentar ofertas las personas físicas o jurídicas que tengan capacidad de obrar, y que cuenten con habilitación profesional necesaria para realizar la prestación, según lo dispuesto en el art. 138 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

La documentación a presentar será original o copias debidamente compulsadas. Para el caso de que los documentos presentados sean fotocopias, quien resultase adjudicatario del contrato deberá aportar los originales para su cotejo y compulsas o bien presentar copias debidamente compulsadas.

#### - Personas jurídicas:

Deberán presentar escritura de constitución, y de modificación en su caso, debidamente inscrita en el Registro Mercantil si se trata de sociedades, o bien en los estatutos y documento que acredite el acto fundacional de la entidad de que se trate, en el que consten las normas por las que se regula su actividad, debidamente inscritos, en su caso, en el Registro Público que corresponda, en función del tipo de persona jurídica de que se trate, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación que les sea aplicable.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es  
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



Las personas jurídicas sólo podrán ser adjudicatarias de contratos cuyas prestaciones estén comprendidas en los fines, objeto social o ámbito de actividad que, a tenor de sus estatutos o reglas fundacionales les sean propios.

**- Empresarios individuales:**

Será obligatoria la presentación de Documento Nacional de Identidad o el documento que lo sustituya legalmente, debidamente compulsado.

Los licitadores deberán acreditar estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias con la Administración del Estado, con las Comunidades Autónomas, con el Ayuntamiento de Zaragoza y con cualquier otra Administración tributaria, en su caso, así como con la Seguridad Social.

Igualmente deberán acreditar su solvencia técnica o profesional en la siguiente forma:

- Los licitadores deberán presentar documentación que acredite contar con una experiencia mínima de un año en trabajos similares.
- Deberá incluirse la designación de un responsable del proyecto que debe acreditar más de tres años de experiencia en trabajos similares (deberá aportarse documentación que acredite este extremo).

Además deberá acompañarse currículum-vitae detallado del equipo de trabajo donde quede acreditada la experiencia en este campo.

**4.2 Propuesta Técnica:**

El licitador deberá presentar una propuesta técnica que incluirá:

- 1.- El plan de medios de acuerdo a los objetivos especificados, incluyendo un cuadro resumen en el que se relacionen los medios y/ o soportes propuestos, formatos, número de inserciones/impresiones y audiencia/contactos/.
- 2.- Calendario u óptico de las acciones
3. Explicación detallada del planteamiento estratégico del plan de medios en la que se definan y justifique el público objetivo, la selección de medios y/o soportes y el calendario de inserciones.

### 4.3 Oferta económica

Deberá presentarse una sola oferta económica a la baja, sin superar el presupuesto máximo detallado en esta Memoria Descriptiva, conforme al siguiente modelo:

Medio/Soporte	Formato	Inversión a tarifa	Oferta económica

Inversión a tarifa total: ..... euros (IVA excluido)

Oferta económica total: ..... euros (IVA excluido)

Oferta económica total: ..... euros (IVA incluido)

Serán excluidos del procedimiento aquellos licitadores que oferten un importe superior al presupuesto de licitación.

Aquellos licitadores que disfruten de alguna exención del IVA deberán incluir documento oficial que así lo acredite.

## 5. PLAZO EJECUCIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato será desde la fecha fijada en el documento contractual hasta el 31 de diciembre de 2017.

## 5. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Para la determinación de la oferta más ventajosa y la adjudicación del contrato se tendrán en cuenta los siguientes criterios de valoración que, sobre un máximo de 100 puntos, serán aplicados a las ofertas presentadas:

**CRITERIOS DE VALORACION EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR:**

**Propuesta Técnica. Hasta un máximo de 49 puntos.-**

Se valorará de 0 a 49 puntos atendiendo a:

- a. Segmentación de públicos objetivos (14 puntos)
- b. Plan de medios seleccionado (25 puntos)
- c. Calendario de inserciones (10 puntos)

**CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA:**

**Oferta económica. Hasta un máximo de 51 puntos.-**

La oferta presentada por cada licitador será valorada aplicando un criterio de proporcionalidad respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuirá la puntuación máxima, calculando la ponderación de las demás ofertas con arreglo a la fórmula siguiente:

$$P = (51 \times \text{Min}) / \text{Of}$$

P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora

Min es el importe de la oferta económica más reducida

Of es la oferta económica que se valora

La puntuación máxima que podrá obtener un licitador es de 100 puntos, de acuerdo a los criterios anteriores. En caso de que dos o más licitadores obtengan la misma puntuación, el contrato será adjudicado a la oferta económica más ventajosa.

**6. CURRÍCULO Y EXPERIENCIA**

Las empresas que se presenten deberán acreditar que cuentan con experiencia, personal y medios técnicos para ejecutar debidamente lo expuesto en el contrato.

**7. LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS**

De acuerdo con la LO 15/1999, de 13 de diciembre, sobre Protección de Datos Personales, informamos a todos los licitadores que sus datos personales formarán parte del fichero de Procedimientos Administrativos titularidad de Zaragoza Turismo con la única finalidad de tramitar el presente procedimiento de contratación. Estos datos serán cedidos a terceros como consecuencia de la publicación del adjudicatario en el B.O. correspondiente y en el perfil del contratante de Zaragoza Turismo.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



Así mismo, se le informa de la posibilidad que tiene de ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación en cualquier momento, dirigiéndose a la siguiente dirección: Zaragoza Turismo, Edificio el Cubo, C/ Eduardo Ibarra nº3, 50.009 Zaragoza

## **9. PLAZO, LUGAR Y FORMA DE PRESENTACION DE LAS PROPOSICIONES**

**Plazo de presentación de las ofertas.-** Hasta las 13,00 horas del décimo día natural, contado a partir del siguiente al de la publicación del anuncio en el perfil del contratante.

En el supuesto de que el día de finalización del plazo de presentación de proposiciones fuera sábado o festivo, se entenderá prorrogado hasta el siguiente día hábil.

**Lugar de presentación de las proposiciones.-** Los licitadores presentarán la documentación para participar en este procedimiento mediante las siguientes opciones:

1. En la sede administrativa de Zaragoza Turismo, sita en Edificio El Cubo, C/ Eduardo Ibarra s/n – 50009 Zaragoza

2. En documento electrónico (pdf) dirigido a:

[turismo@zaragoza.es](mailto:turismo@zaragoza.es) ó [publicacionesturismo@zaragoza.es](mailto:publicacionesturismo@zaragoza.es)

## **10. PAGO DEL PRECIO**

El adjudicatario expedirá una única factura, una vez cumplido y ejecutado el objeto del contrato, conforme a lo dispuesto en esta Memoria.

Prestada la conformidad a la factura, en su caso, por Zaragoza Turismo, el pago al contratista se efectuará mediante transferencia bancaria a la entidad financiera y en la cuenta que se señale.

[turismo@zaragoza.es](mailto:turismo@zaragoza.es) • [www.zaragozaturismo.es](http://www.zaragozaturismo.es)  
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



**11. RELACIÓN ENTRE ZARAGOZA TURISMO Y EL ADJUDICATARIO**  
**Según lo establecido en la instrucción del Vicealcalde de fecha 9/10/2012**

**Reglas especiales respecto del personal laboral de la empresa contratista**

- En relación con los trabajadores destinados a la ejecución de este contrato, la empresa contratista asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, la imposición – cuando proceda- de sanciones disciplinarias, las obligaciones en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.
- La empresa contratista estará obligada a ejecutar el contrato en sus propias dependencias o instalaciones salvo que, excepcionalmente, sea autorizada a prestar sus servicios en las dependencias administrativas. En este caso, el personal de la empresa contratista ocupará espacios de trabajo diferenciados del que ocupan los empleados públicos. Corresponde también a la empresa contratista velar por el cumplimiento de esta obligación.
- La empresa contratista deberá designar al menos un coordinador técnico o responsable, integrado en su propia plantilla, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

Recibir y transmitir cualquier comunicación que el personal de la empresa contratista deba realizar a la Administración en relación con la ejecución del contrato se realizará a través del coordinador, técnico o interlocutor designado al efecto.

Controlar el cumplimiento de las normas laborales de la empresa, en particular en materia de asistencia del personal al lugar de trabajo y disfrute de vacaciones, de manera que no se perturbe la prestación del servicio contratado.

Informar a la Administración de los empleados del contratista que dejen de estar adscritos a la ejecución del contrato, en especial a los efectos de poder gestionar adecuadamente los medios de trabajo de que aquellos hubieran dispuesto.

- El personal de las empresas contratistas, o el que en virtud de una encomienda de gestión preste sus servicios en los centros de trabajo del Ayuntamiento o sus organismos públicos no podrá tener acceso a los siguientes servicios:
  - Cursos de formación, salvo los obligatorios en materia de prevención de riesgos laborales
  - Uso del servicio médico, salvo en casos de urgencia debidamente justificados
  - Programas socio-culturales o prestaciones de acción social
  - Acceso al correo electrónico corporativo. En caso de que se les deba asignar una cuenta de correo electrónico, en la dirección de correo deberá dejarse constancia de que se trata de personal externo.
  - Tarjetas de control de acceso de empleados públicos, dotándoles en su caso, de una autorización especial de entrada. En ningún supuesto el control de acceso a las instalaciones podrá suponer un control horario del personal de la empresa contratista.

Zaragoza, 16 de noviembre 2017



Enrique Pérez  
Gerente

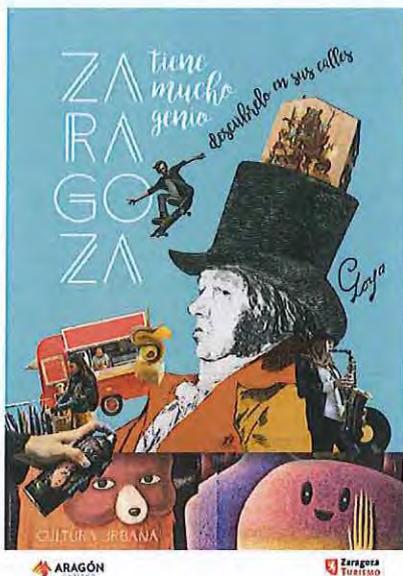
turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es  
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



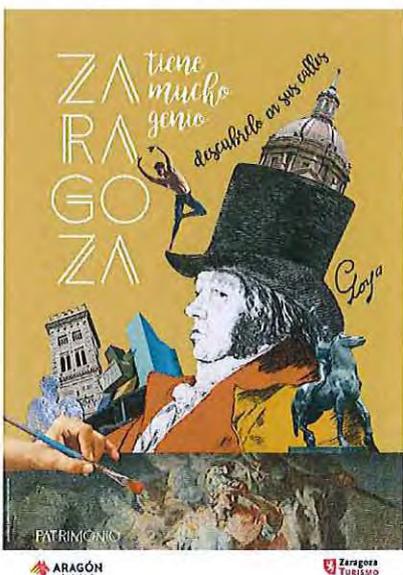
**ANEXO I**

**Desarrollos creativos:**

- **Cultura Urbana**



- **Patrimonio**



turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es  
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00

